



Mar del Plata y los turistas: una mirada para ocuparse

Mar del Plata
Marzo de 2018

Mar del Plata y los turistas: una mirada para ocuparse

Dirección: Dra. Amelia Ramírez

Investigadores: Lic. Mónica Pascual
Prof. Santiago Cueto
Lic. Mariana Gonzalez

Auxiliar: Gisele Morales Falcone

observatorio@ufasta.edu.ar
www.ufasta.edu.ar/observatorio

INTRODUCCIÓN

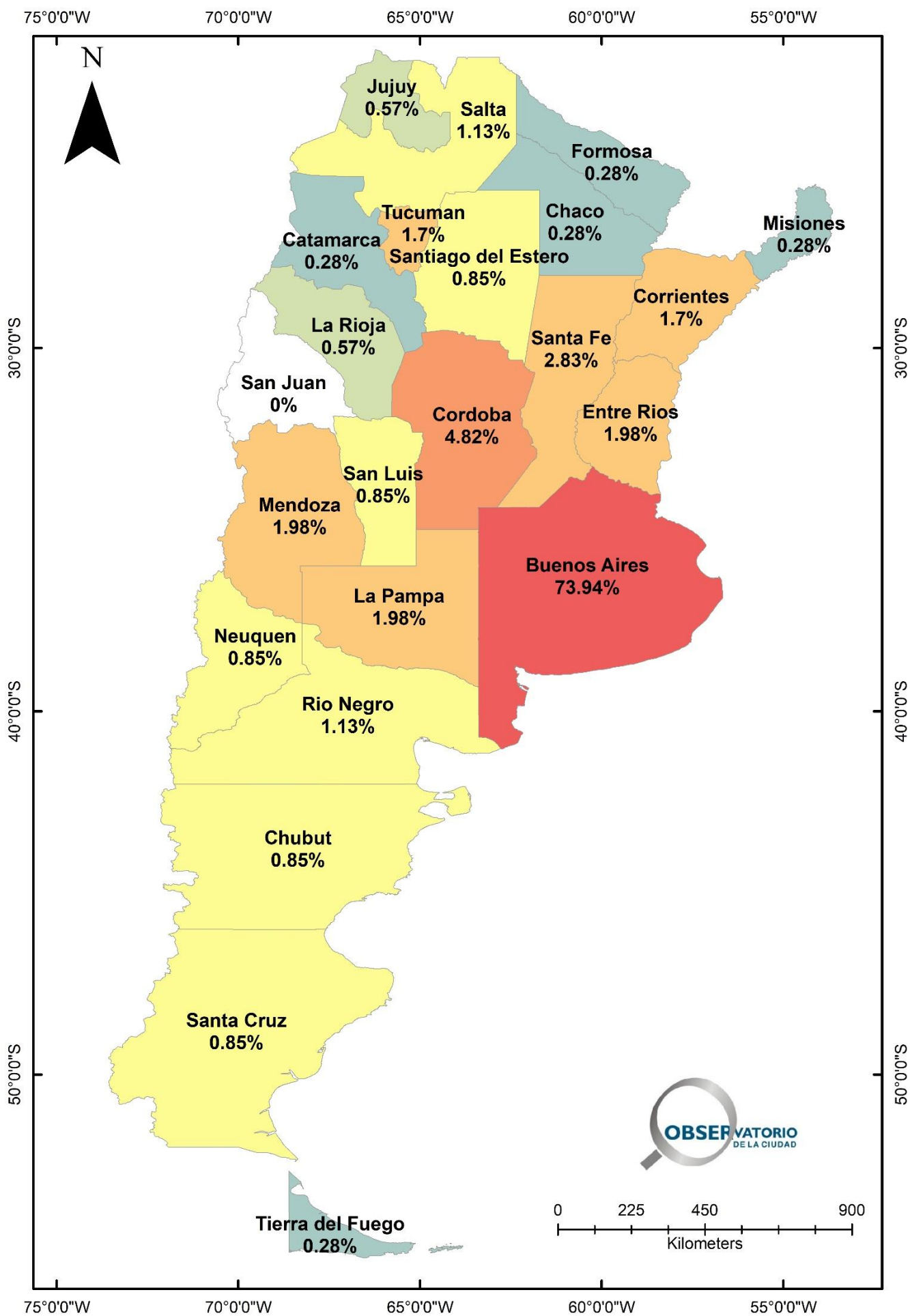
Mar del Plata pertenece al tipo de ciudades en las que el cambio es parte de su identidad. Ser una ciudad turística es una de sus características constitutivas y esto supone que en algunos momentos del año, la vida en ella transcurre tranquila y apacible mientras que en otros, rápidamente, cambia su fisonomía y la vida se transforma. Estos cambios promovidos por la llegada de turistas reconocen un cierto ritmo que, sin duda, es cíclico y, como consecuencia, convierte a los visitantes en una presencia fundamental para la ciudad. Por esta razón, el **Observatorio de la ciudad** de la **Universidad FASTA**, por segundo año consecutivo, realiza un estudio sobre la percepción y opinión de quienes eligieron esta ciudad para sus vacaciones. El objetivo propuesto fue conocer la percepción del turista acerca de la ciudad en general y, en particular, sobre determinados aspectos: oferta gastronómica, entretenimientos, estado de calles, seguridad, higiene, precios. Asimismo, se indagaron expectativas y grado de satisfacción. También, estos motivos justifican la elección del título de este estudio: la mirada de quienes visitan la ciudad debería ocupar a quienes habitan en ella.

Perfil de la muestra

Se trabajó con una muestra de 353 turistas en base a una encuesta semiestructurada que incluía preguntas abiertas con el fin de dar la mayor libertad posible para que los entrevistados se expresaran. La recolección de datos se hizo durante enero y febrero, equitativamente en diversos puntos de la ciudad donde habitualmente se encuentra la mayor concentración de turistas.

Provincia y ciudad de origen

La provincia de Buenos Aires es la que provee el mayor caudal de visitantes; fuera de ésta se destacan, aunque con significativa diferencia, Córdoba y Santa Fe. Luego, lo que caracteriza al resto de la nómina es la dispersión.



Las ciudades de origen con más presencia son las que se observan en la imagen en la que se destacan: la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, La Plata, Rosario, Bahía Blanca.

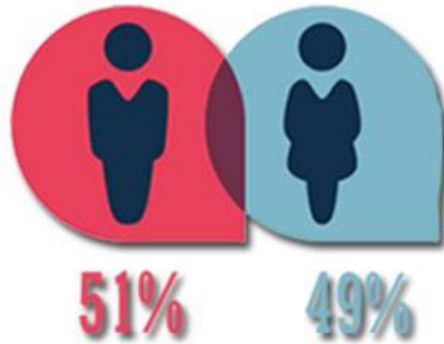
Ciudad de origen



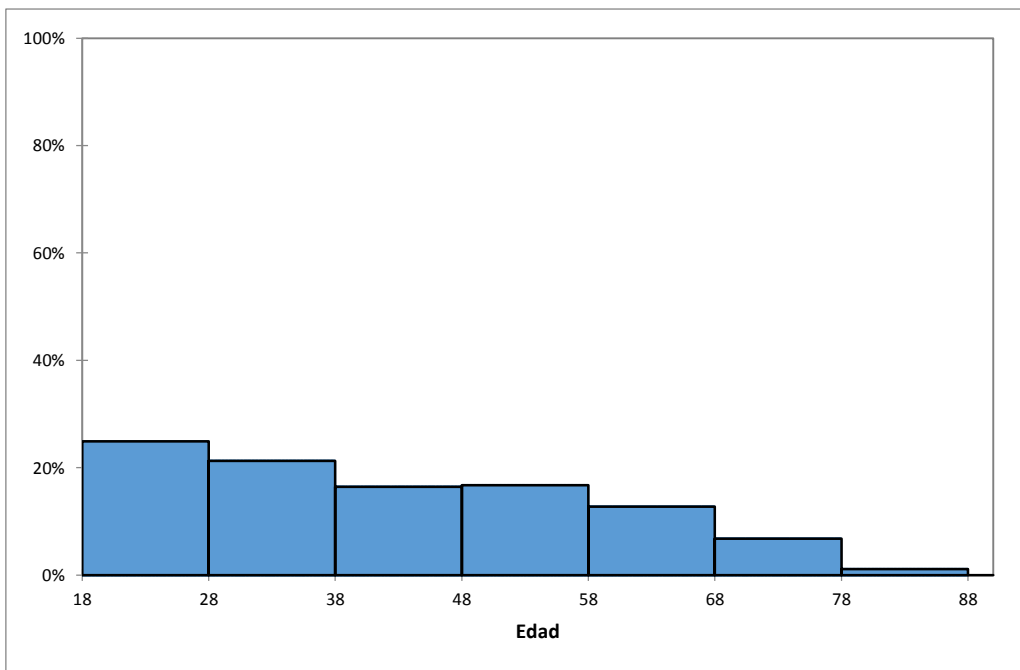
Sexo, edad, nivel de educación y ocupación

La muestra según sexo se distribuye equilibradamente entre varones y mujeres y, según edad, se observa un leve incremento en los segmentos 18-38 y una disminución a medida que avanza la edad. La edad promedio de los visitantes según nuestra muestra es 42 años. El nivel de educación que prevalece es el secundario; sin embargo, si se suma terciario y universitario, resulta equilibrado. Predomina la presencia de empleados, y luego de profesionales (en este caso, se separó docentes del resto de las profesiones por el peso que tiene dentro de este grupo). En el caso de la ocupación, vale aclarar que podían indicar más de una opción.

SEXO

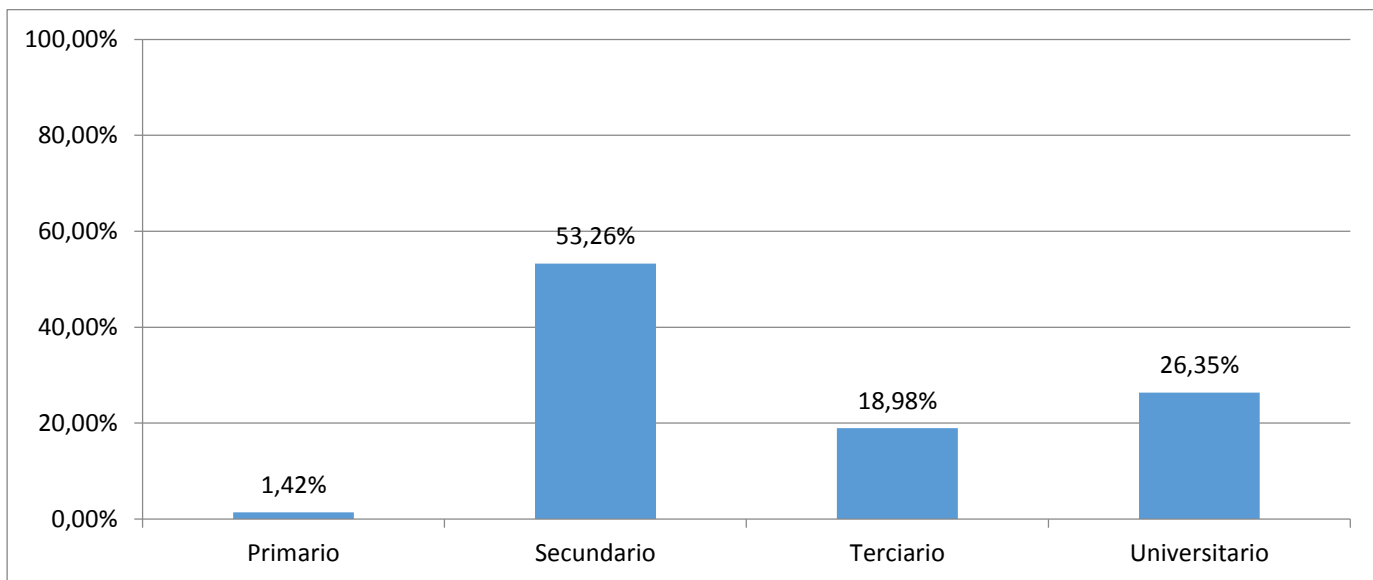


Edad

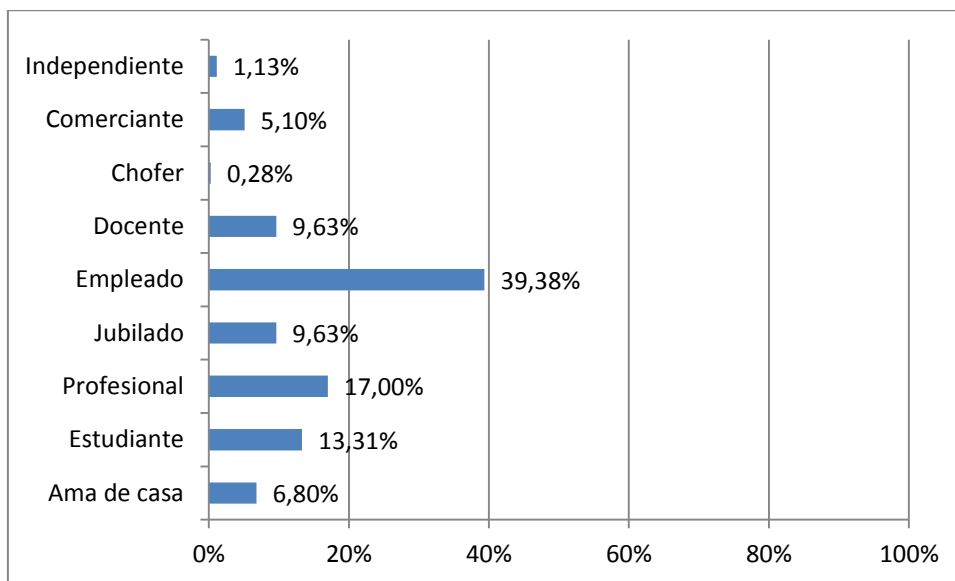


Límite inferior	Límite superior	Frecuencia	Frecuencia relativa
18	28	88	24,93%
28	38	75	21,25%
38	48	58	16,43%
48	58	59	16,71%
58	68	45	12,75%
68	78	24	6,80%
78	88	4	1,13%

Nivel de educación



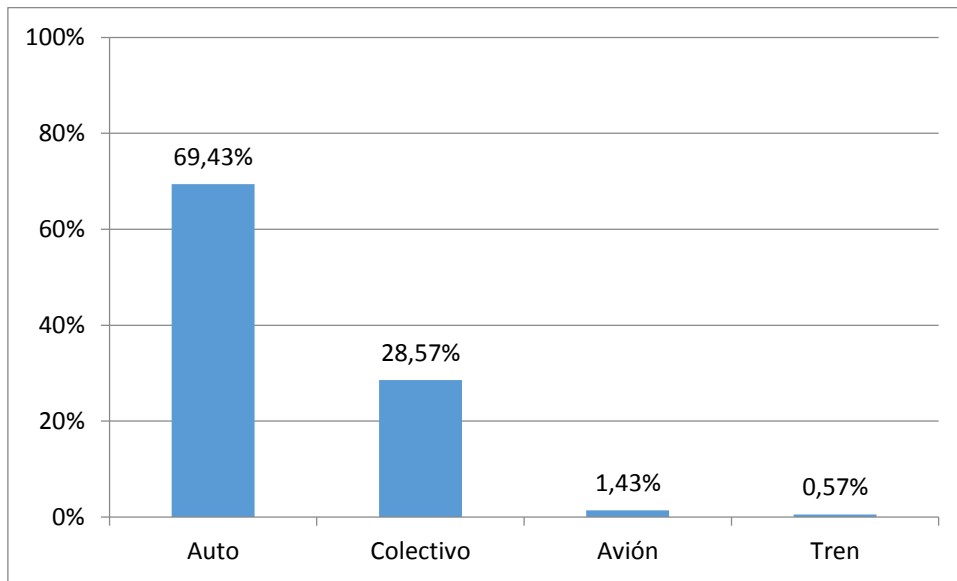
Ocupación



Según los datos de la muestra 6 de cada 10 visitantes llega a la ciudad en auto mientras que 3 de cada 10 lo hace en colectivo y 1 de cada 10 en avión.

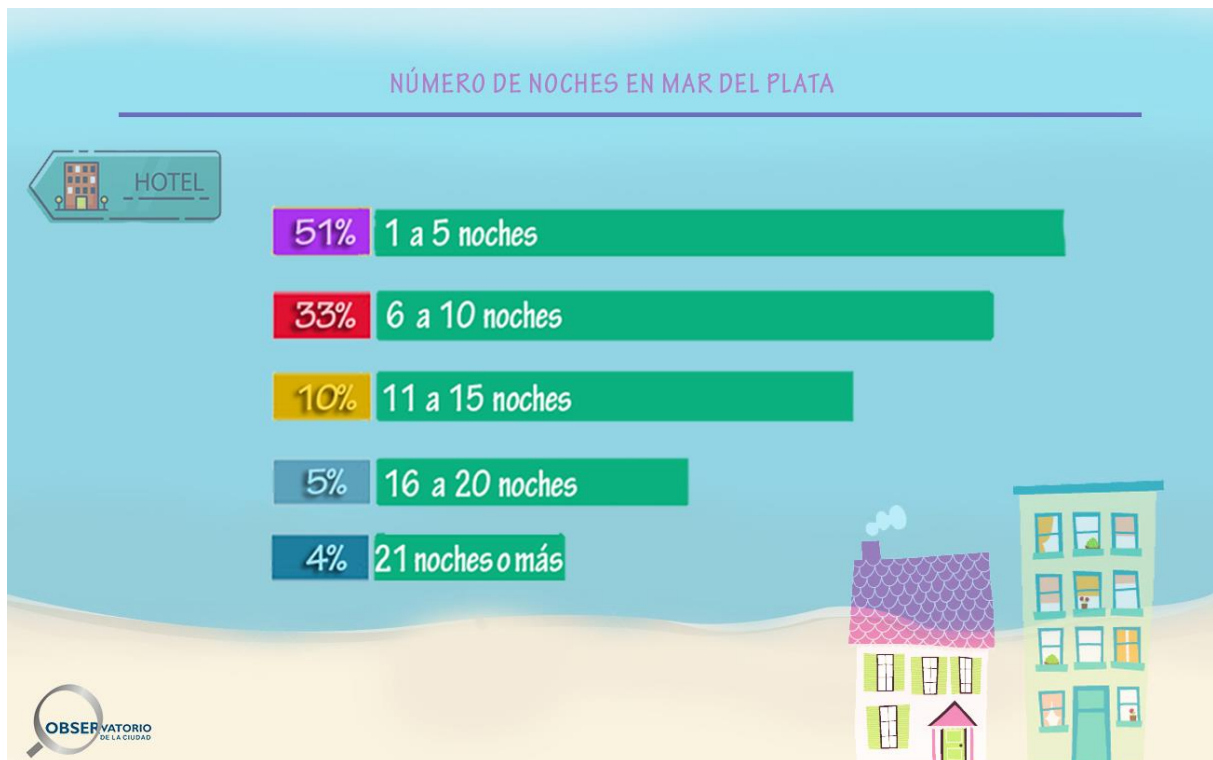
Medio de transporte que usó para llegar a la ciudad

(n = 353)

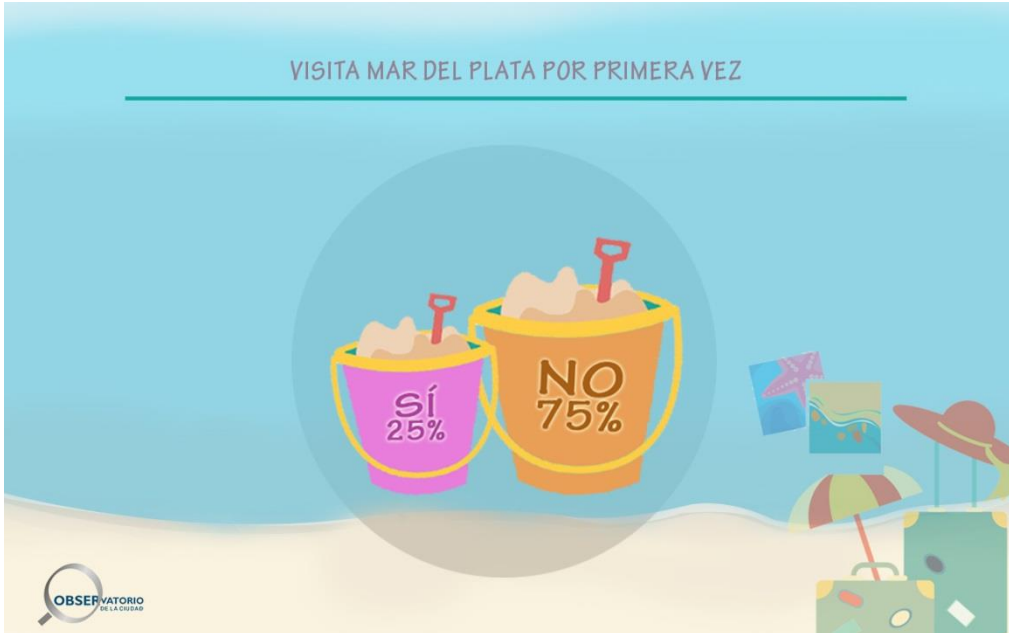


Tiempo de permanencia en la ciudad

El tiempo de permanencia se midió en número de noches alojados en la ciudad. El mayor porcentaje se advierte en el segmento que incluye entre 1 a 5 noches y luego en el de 6 a 10. De la distribución resulta que el 80% permaneció entre 1 y 10 noches.

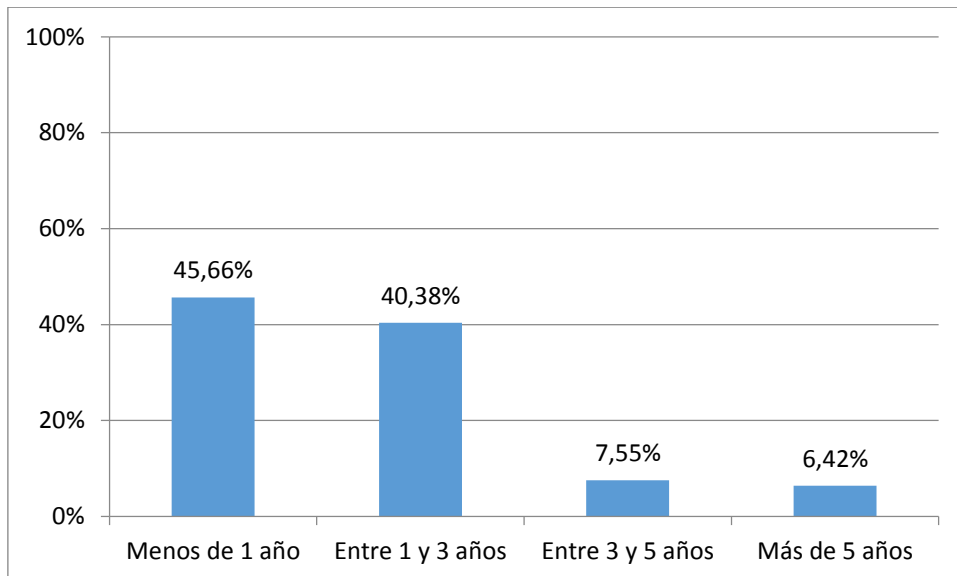


Del total de la muestra, casi el 25% indicó que era la primera vez que venía a Mar del Plata.



Quienes ya habían visitado la ciudad en otras ocasiones, más del 85% lo había hecho dentro de los últimos 3 años.

Tiempo transcurrido desde la última vez que vino a la ciudad (n = 265)



Manifestaron elegir a Mar del Plata para estas vacaciones por múltiples razones:

Motivos de la elección de la ciudad para sus vacaciones (las más mencionadas se destacan en negrita):

(n=353)

- **Para visitar a familiares, amigos**
- **Para conocerla, pasear**
- **Por la cercanía**
- **Tiene departamento o casa propia en la ciudad**
- **Para disfrutar de la playa, por el mar**
- **Buen lugar para venir con amigos y familia**
- **Porque les gusta la ciudad**
- **Por costumbre, vienen siempre**
- Porque quería volver, para conocer más
- Porque hace mucho que no venía
- Porque se la recomendaron
- Va a pasear por varias ciudades de la costa
- Porque tiene muchos descuentos/es accesible
- Para pasar las fiestas
- Cree que es un lugar para disfrutar y pasarla bien
- Para conocer la movida nocturna
- Le trae recuerdos de la infancia
- Para ver partidos de fútbol
- Para descansar
- Por la variedad de cosas para hacer que tiene
- Quería venir al teatro



Otras respuestas fueron:

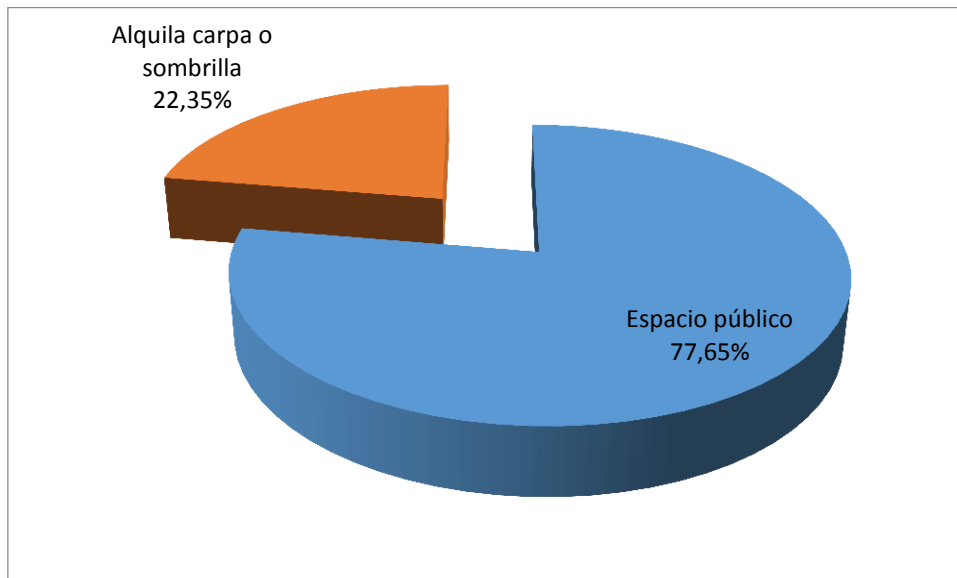
- Ir a Pescar
- Ir a cervecerías
- Visitar el Museo MAR
- Hacer excursiones
- Ir a parques acuáticos
- Ir a bares
- Ir a las sierras
- Pasear por la costa
- Ir al Aquarium
- Ir al cine
- Ir a recitales gratuitos
- Salir a correr por la costa
- Andar en cuatriciclo
- Asistir a espectáculos

Playas a las que más asisten

(n = 340)

La Perla	19,83%
Playa grande	18,13%
Varese/ Cabo Corrientes	15,87%
Punta Mogotes	13,88%
Playas del sur	10,75%
Centro / Bristol	9,35%
Zona Norte	3,69%
Torreón del monje/ Las Toscas	1,98%
Diferentes para conocer	1,98%

Uso habitual de la playa (n = 340):

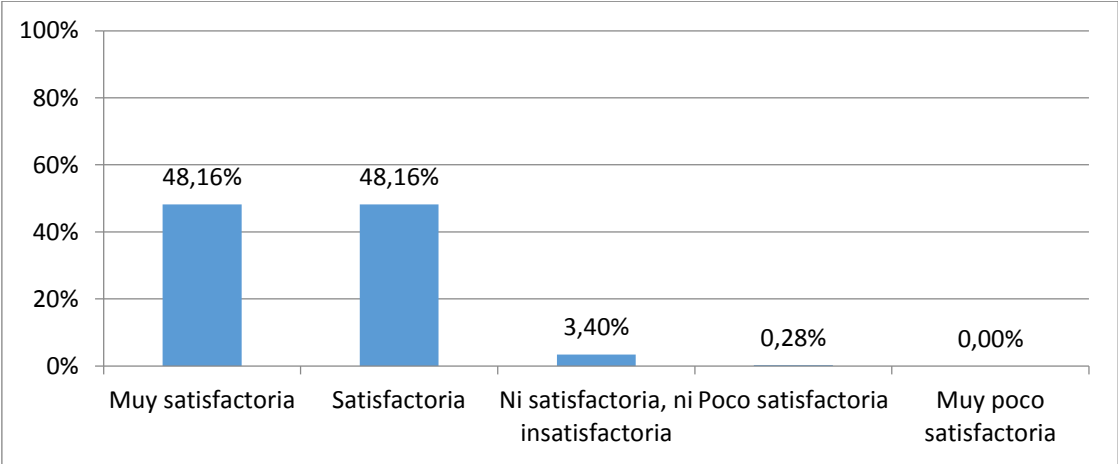


Sin duda disfrutar de la playa es la actividad que resulta común a casi a la totalidad de la muestra. Luego se destacan: recorrer centros comerciales y salidas a comer. La elección de la playa, según los datos es variada y, casi 8 de cada 10 encuestados asiste a espacios públicos para disfrutar de las mismas.

Acerca de la ciudad

Se consultó acerca de la ciudad en general y luego en relación a aspectos puntuales, siempre a la percepción que corresponde a este viaje.

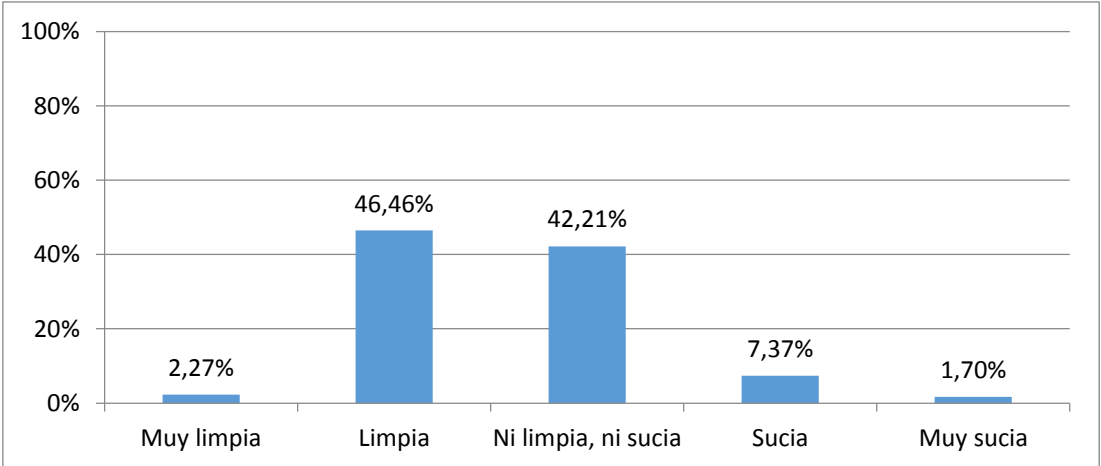
Primera impresión de la ciudad en general (n = 353)



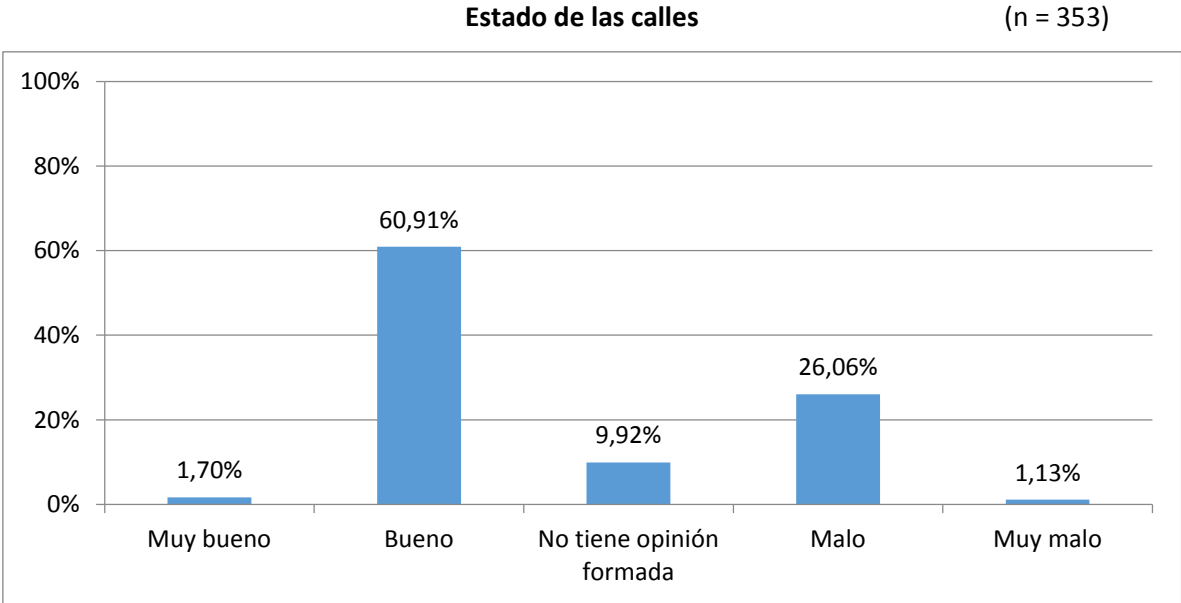
Como puede advertirse en el gráfico la impresión es muy positiva; hay una distribución equilibrada en las categorías satisfactorio y muy satisfactorio.

Respecto a los aspectos puntuales los resultados fueron los siguientes:

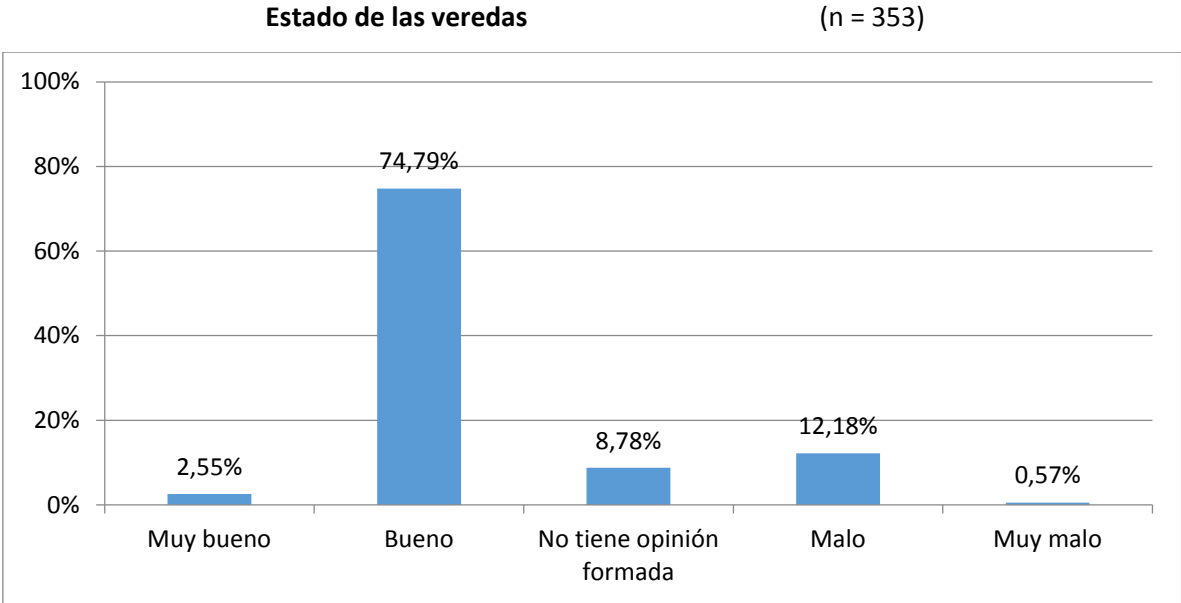
Higiene de la ciudad en general (n = 353)



La percepción de la higiene en la ciudad se distribuye básicamente entre quienes la ven limpia y entre quienes no afirman definitivamente si está limpia o sucia. Aproximadamente un 10% la califica como muy sucia.

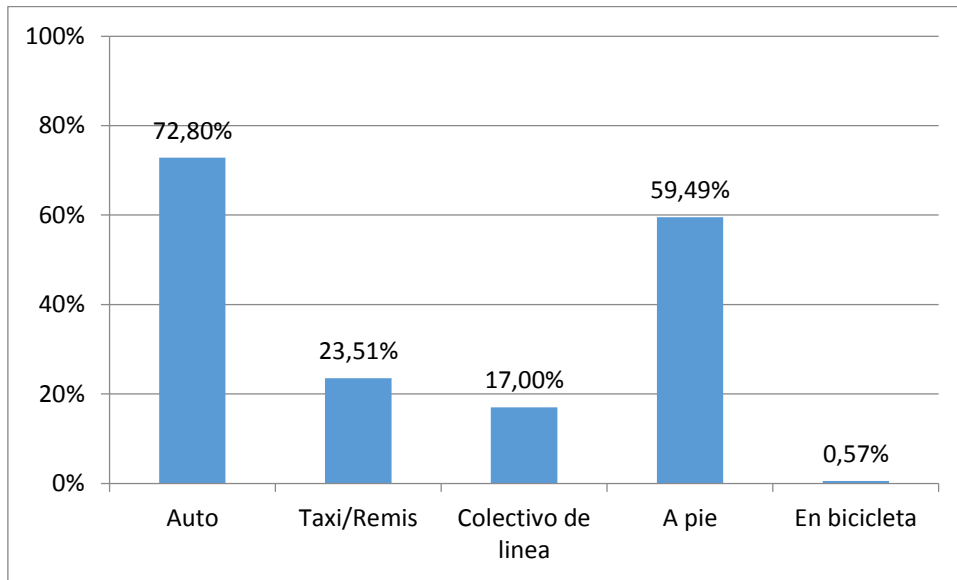


En relación a este punto es interesante destacar, más allá del 61% que señala que el estado es bueno, que el 37% manifiesta que el estado de las calles es malo, muy malo o bien dicen no tener opinión formada. En este aspecto, vale resaltar que los turistas en general se desplazan por las zonas costeras, avenidas y centros comerciales, que en general tienen un mantenimiento con mayor regularidad.

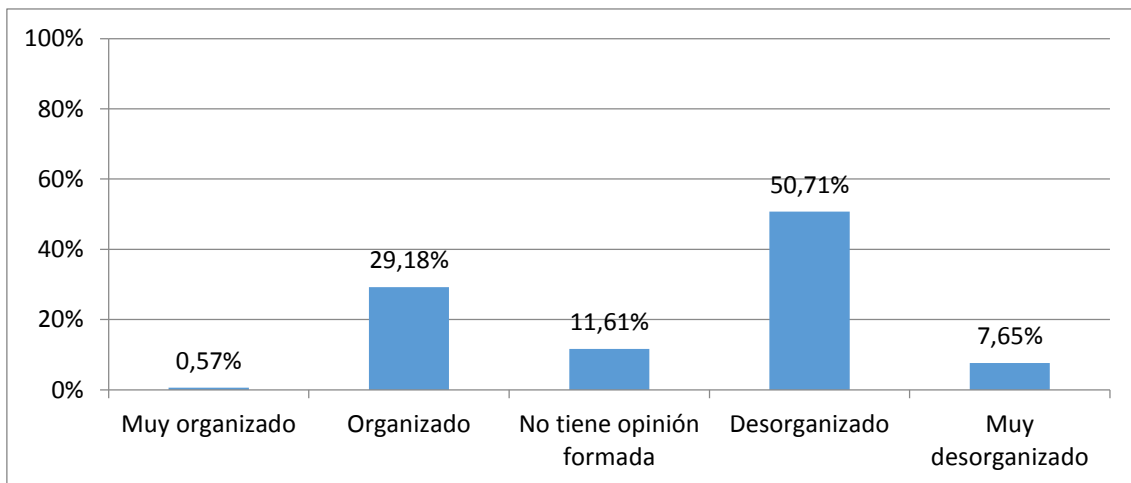


El estado de las veredas es percibido como bueno en general aunque un porcentaje menor considera que no es así. En este punto, como en el anterior, es preciso tener presente que en general los paseos turísticos están restringidos a determinadas áreas de la ciudad.

Medio de transporte utilizado para movilizarse dentro de la ciudad (n = 353)



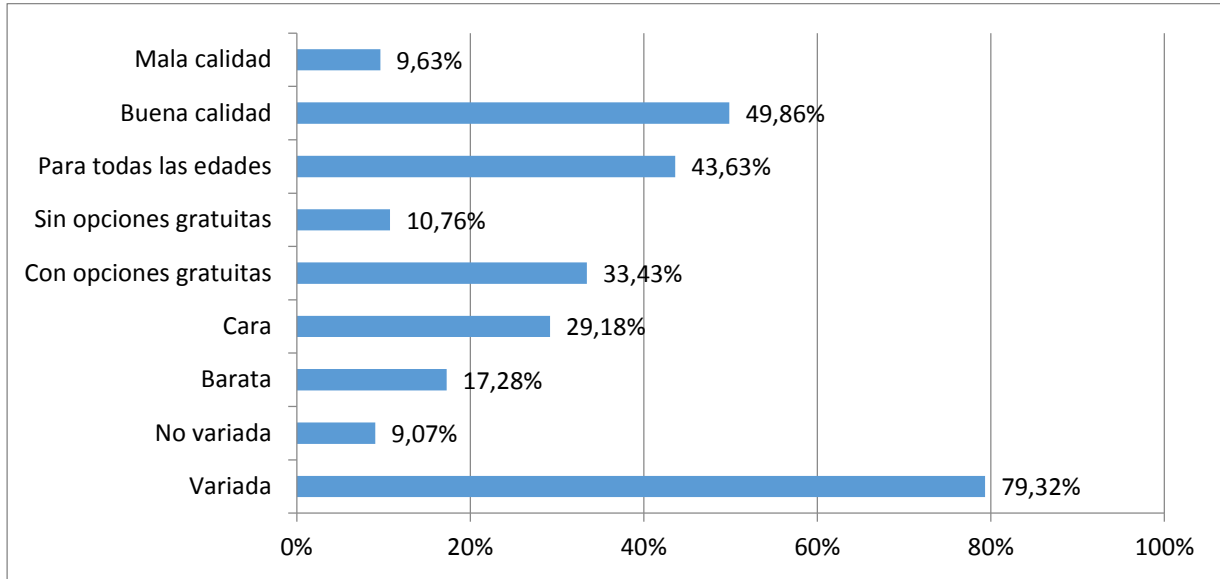
Tránsito en la ciudad (n = 353)



Respecto del tránsito, sin duda, la calificación es muy negativa.

Oferta de entretenimientos

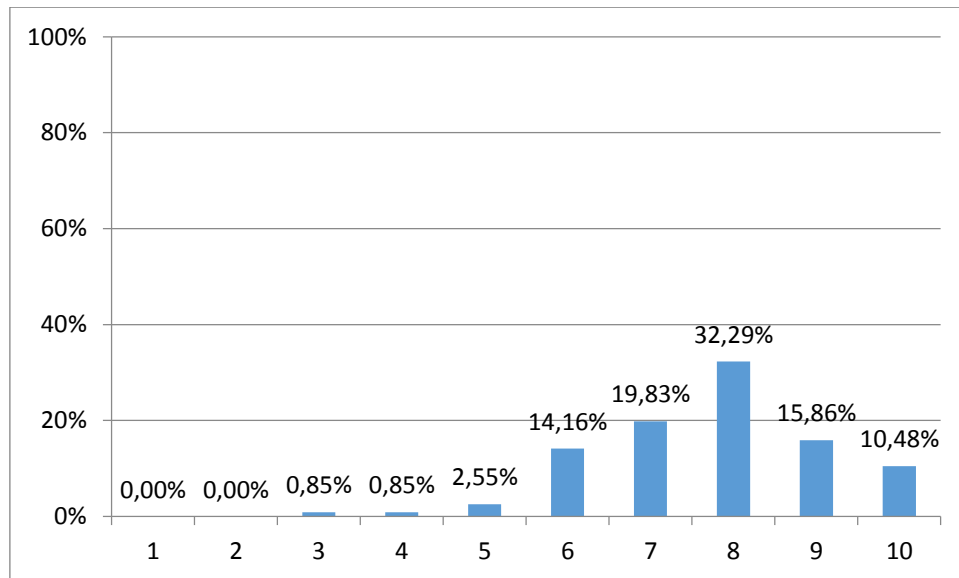
(n = 353)



La oferta de entretenimientos, según la mayoría es amplia y también variada. Casi la mitad manifiesta que es de buena calidad y para todas las edades. Con respecto al estudio realizado en 2017, se observa un descenso en la percepción de que esta oferta es barata (47,68% en 2017) y con opciones gratuitas (42,86% en 2017).

Valoración de la oferta entretenimiento

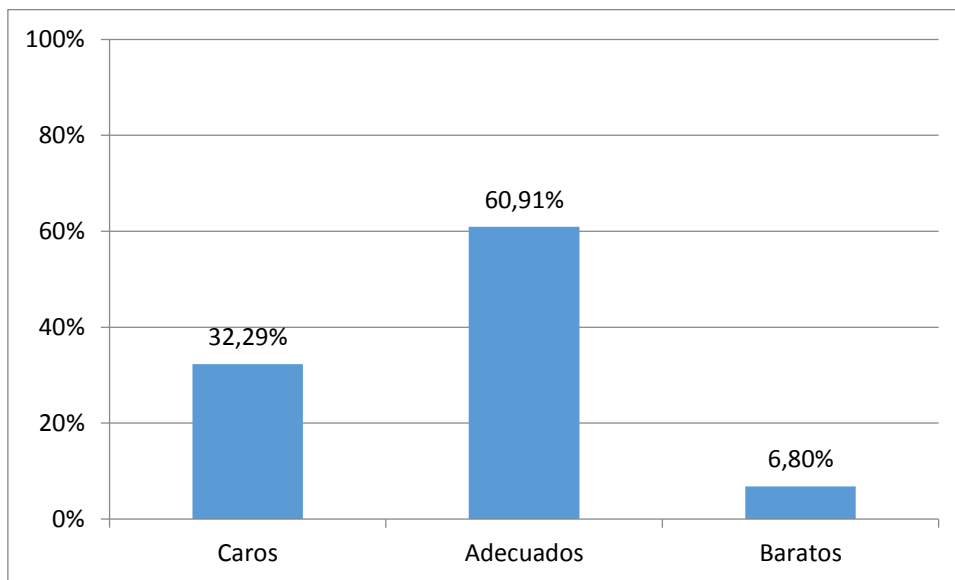
(n = 353)



De acuerdo con una escala cuantitativa de 1 a 10 (*siendo 1 la menor calificación y 10 la máxima calificación*), resulta una media de 7,73. Si bien es una valoración positiva, se considera que la misma debería mejorar.

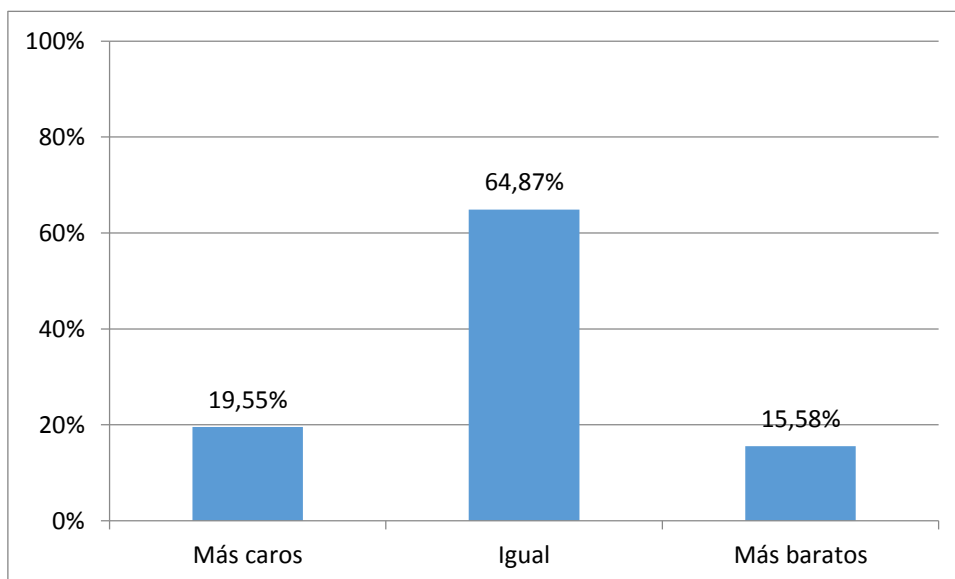
Precios en gastronomía

(n = 353)

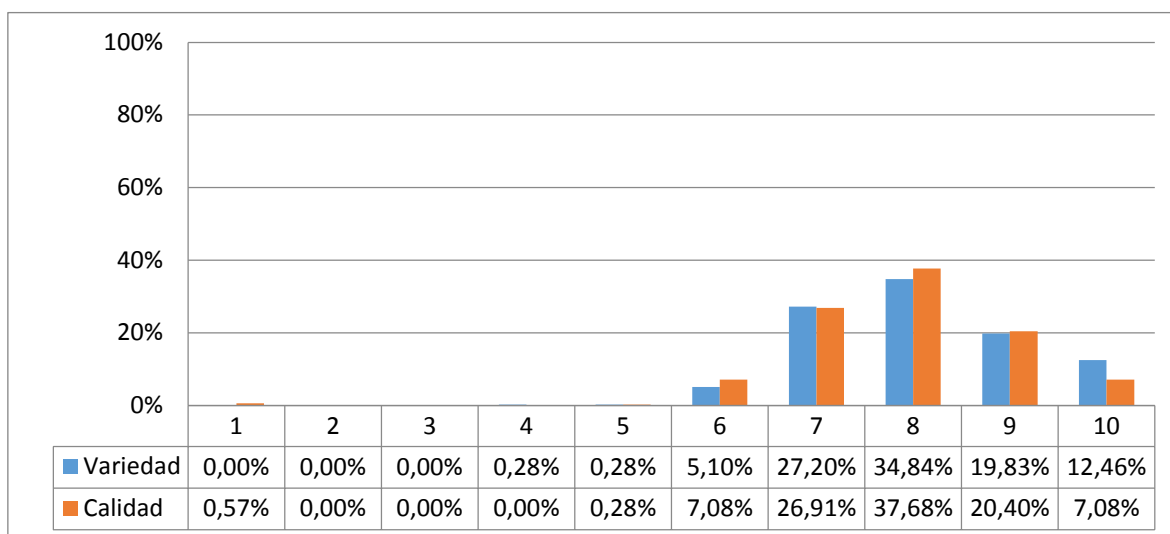


Desde el punto de vista económico, la gastronomía es considerada adecuada en sus precios por 6 de cada 10 encuestados; en menor medida se la percibe cara. Hay un incremento en la percepción de que los precios son adecuados respecto al estudio de 2017 (48.63% en ese estudio). En comparación con su ciudad de origen, consideran que son iguales. Como la apreciación es subjetiva, se consultó en comparación con su ciudad de origen y los resultados indican que, para la mayoría, los precios son semejantes.

Valoración de los precios en la gastronomía respecto de la ciudad de origen

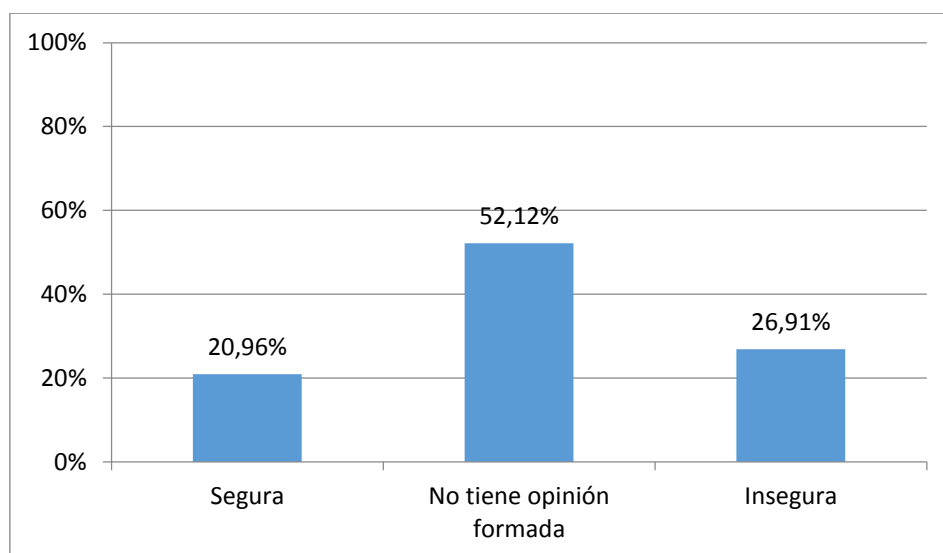


Variedad y calidad de la oferta gastronómica (n = 353)



Según una escala de 1 a 10 (*siendo 1 la menor calificación y 10 la máxima calificación*), en promedio se califica mejor la variedad que la calidad de la oferta gastronómica. El promedio de la variedad 8,05 puntos en tanto que el promedio de la calidad es 7,88.

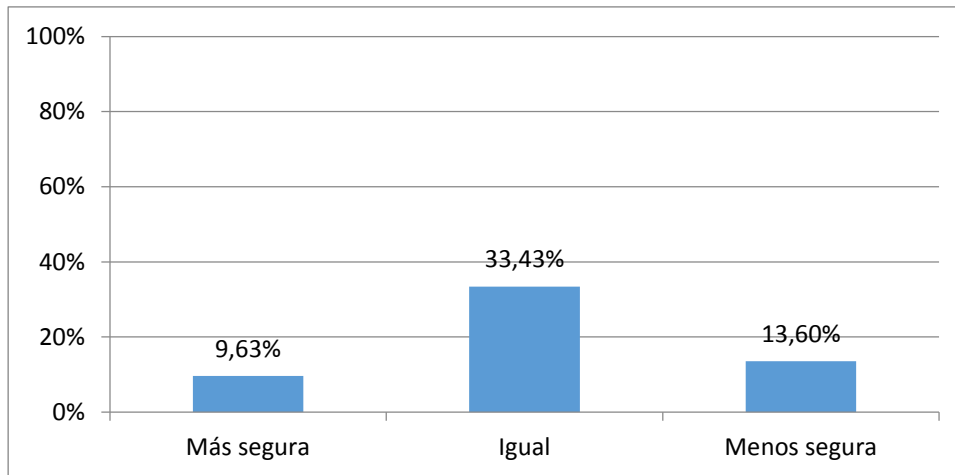
Percepción acerca de la seguridad (n = 353):



Es amplio el porcentaje que indica que no tiene opinión formada en relación a la seguridad que es, sin duda un tema fundamental. Es posible que esto se deba a la naturalización del tema en el país sumado a la brevedad del tiempo de estadía que en muchos casos fue entre 1 y 5 días. Esto se

refleja también en la comparación solicitada en relación a su ciudad de origen donde la mayoría de quienes respondieron optan por decir que es más o menos igual.

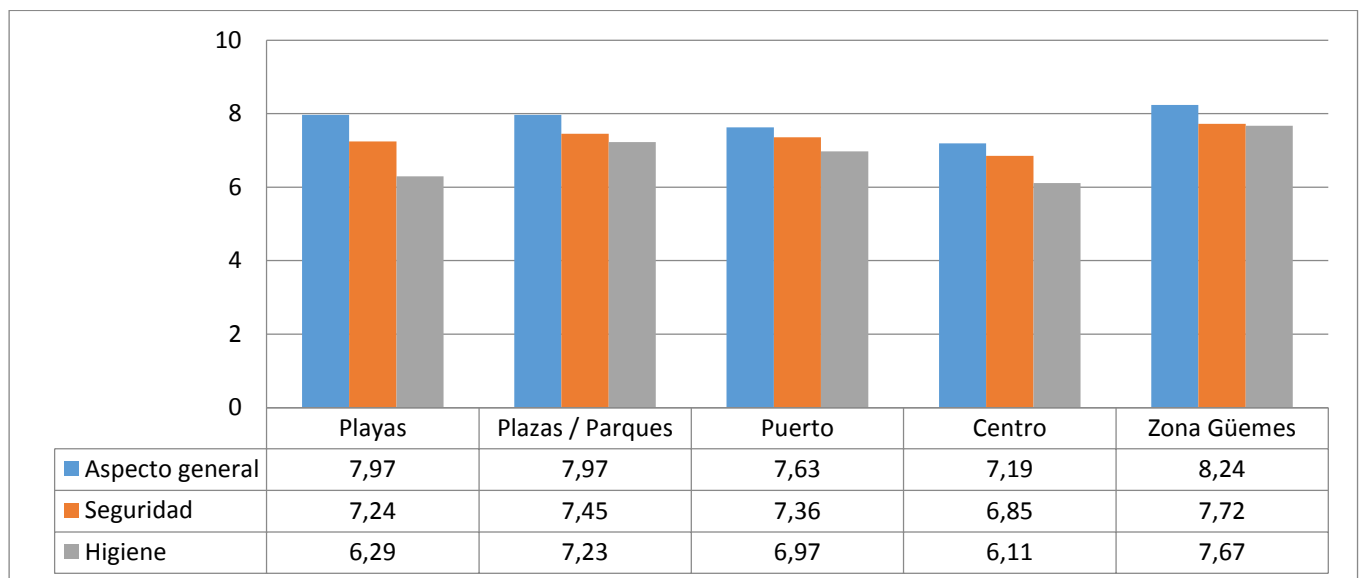
Seguridad en relación a su ciudad



El último bloque de la encuesta se refiere a la evaluación de aspectos puntuales en zonas determinadas, mediante una calificación según escala de 1 a 10, (1 menor calificación y 10 máxima calificación). Luego, una evaluación general a partir del grado de acuerdo con determinadas frases propuestas.

Según los datos, las calificaciones menores corresponden a la zona centro, tanto desde una perspectiva general como en particular en seguridad e higiene. También la valoración disminuye en las playas y en el Puerto en relación a la higiene.

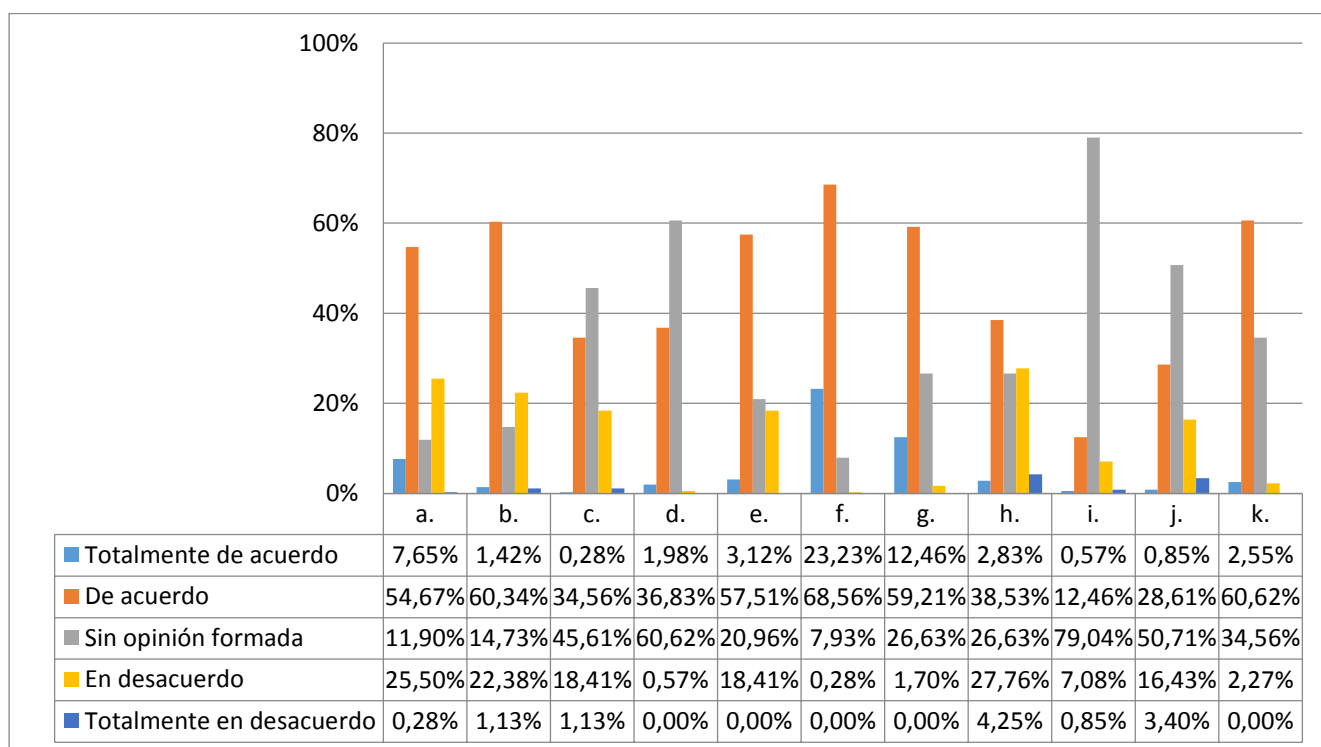
Valoración de las distintas zonas turísticas de la ciudad



Grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones sobre la ciudad

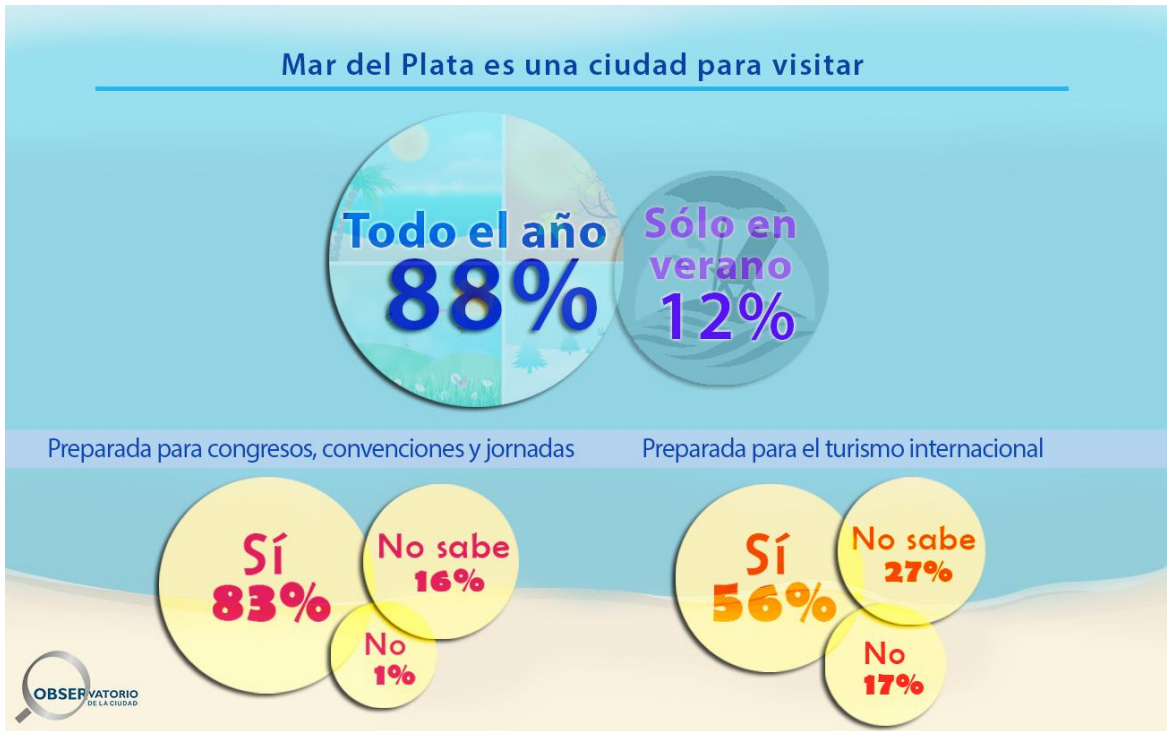
(n = 353).

- a. El tránsito en la ciudad es caótico
- b. Es una ciudad limpia
- c. Es una ciudad segura
- d. El recorrido de las líneas de transporte es amplio y cubre toda la ciudad
- e. La presencia policial en la ciudad es suficiente
- f. Mar del Plata satisface las expectativas de los turistas
- g. Me parece fundamental que esta ciudad tenga vuelos a distintas provincias al menos con 1 o 2 frecuencias semanales todo el año
- h. Estoy de acuerdo en la existencia de vuelos a distintas provincias sólo en verano
- i. El servicio de trenes desde mi ciudad de origen es pésimo
- j. El servicio de ómnibus desde mi ciudad de origen es bueno
- k. El transporte aéreo interprovincial es condición necesaria para el aprovechamiento de las instalaciones de esta ciudad durante todo el año



Grado promedio de acuerdo	
a. El tránsito en la ciudad es caótico	60,98%
b. Es una ciudad limpia	59,63%
c. Es una ciudad segura	53,61%
d. El recorrido de las líneas de transporte es amplio y cubre toda la ciudad	60,06%
e. La presencia policial en la ciudad es suficiente	61,33%
f. Mar del Plata satisface las expectativas de los turistas	78,68%
g. Me parece fundamental que esta ciudad tenga vuelos a distintas provincias al menos con 1 o 2 frecuencias semanales todo el año	70,61%
h. Estoy de acuerdo en la existencia de vuelos a distintas provincias sólo en verano	51,98%
i. El servicio de trenes desde mi ciudad de origen es pésimo	51,20%
j. El servicio de ómnibus desde mi ciudad de origen es bueno	51,77%
k. El transporte aéreo interprovincial es condición necesaria para el aprovechamiento de las instalaciones de esta ciudad durante todo el año	65,86%

Es interesante destacar que las tres frases que obtienen el mayor grado de acuerdo son fundamentales para la ciudad. La primera se refiere al reconocimiento de la capacidad de Mar del Plata para satisfacer las expectativas de los turistas. La segunda, fundamental, es el acuerdo en relación a la necesidad de una mayor conectividad aérea con las diversas provincias. Esta situación haría posible que la ciudad sea visitada en verano por personas que seguramente desearían hacerlo pero que optan por lugares no necesariamente más próximos pero sí con mejores servicios de transporte. La tercera, reconoce también la necesidad de que existan vuelos al menos con una frecuencia semanal durante todo el año, para aprovechar las instalaciones que posee la ciudad, situación que, es manifiesto, cambiaría radicalmente su perfil.



Los turistas perciben que Mar del Plata es una ciudad para ser visitada todo el año, y que está preparada para ser sede de congresos y convenciones. Más de la mitad considera que es apta para el turismo internacional.

La ciudad se identifica principalmente con los Lobos y la Rambla, el Puerto y el Casino central.



Se mencionaron como aspectos positivos las playas, el mar, los paseos costeros, los paisajes y su belleza, la oferta de entretenimientos y actividades culturales, y la variedad gastronómica. Entre los aspectos que se consideran negativos de la ciudad, se menciona el tránsito desorganizado, la falta de higiene tanto en las calles como en las playas.

Aspectos positivos de la ciudad (n = 353)

Las playas, el mar/, los paseos costeros	66,29%
Mucha oferta de entretenimientos y actividades culturales	21,81%
Los paisajes naturales, su belleza	19,27%
La gastronomía y su variedad	17,56%
Paseos comerciales/shopping	9,63%
Mucha oferta de cosas para hacer, hay de todo	7,93%
Los boliches, bares, las salidas nocturnas	7,37%
Simpatía de la gente, el trato al turista	5,67%
Precios accesibles	5,10%
El clima	4,25%
Puerto	3,68%
Casino	2,83%
Mucha variedad de hoteles	2,55%
Cervecerías	2,27%

Punto de corte: 2%

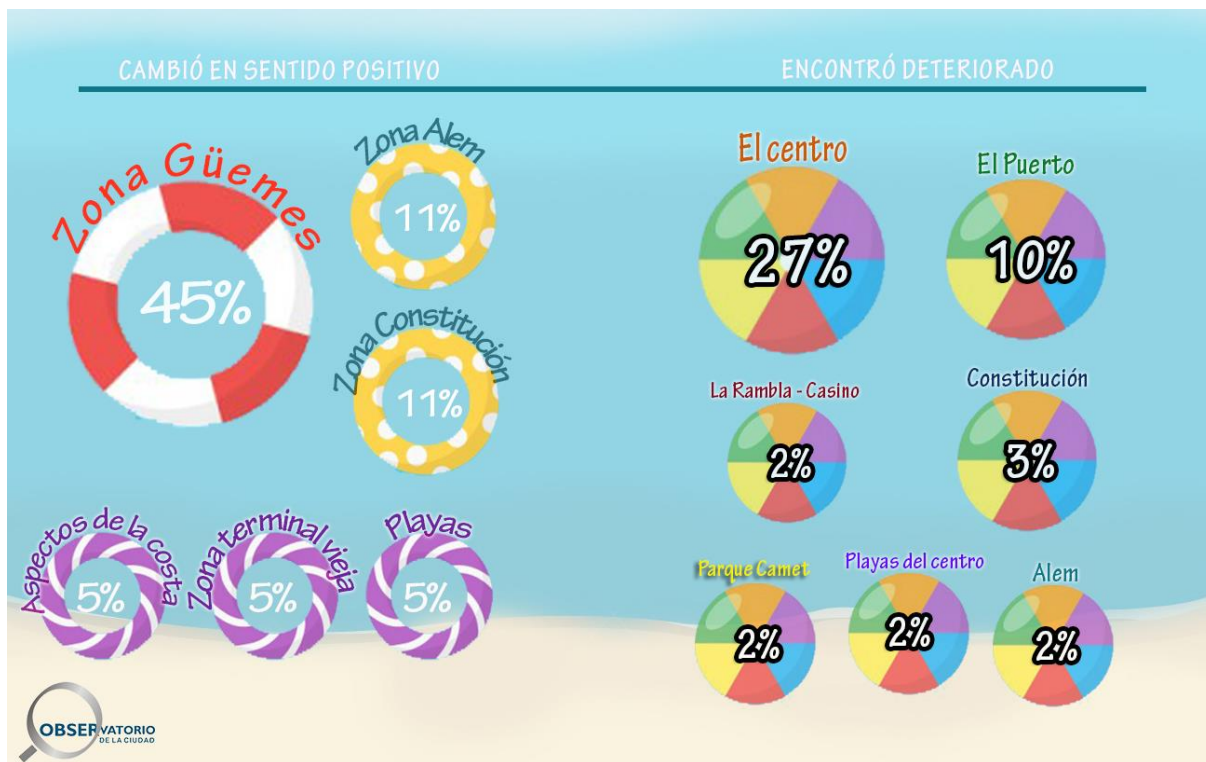
Aspectos negativos de la ciudad

(n = 353)

Tránsito (mucho, violento, desorganizado)	32,58%
Mucha basura acumulada en las calles y playas / Falta higiene	27,2%
Muchos cuida coches	7,65%
Inseguridad / Muchos hurtos	7,08%
Veredas y calles rotas	5,10%
Falta de estacionamientos / Difícil conseguir lugar para estacionar	3,97%
Precios altos / muy dispares / pocas promociones	3,97%
Pocas playas públicas, poco espacio; balnearios caros	2,26%

Punto de corte: 2%

A quienes ya habían visitado la ciudad, se les pidió que mencionaran zonas en las cuales identificaran cambios que se pueden calificar como positivos, y también otras en las que las modificaciones se consideren en sentido contrario.



Las zonas que se identifican con cambios positivos son los centros comerciales: Güemes principalmente, Alem y Constitución. Entre aquellas que advierten deterioradas o con cambios en sentido negativo, se destacan principalmente el centro, mencionando puntualmente la peatonal y también la plaza San Martín, y a su vez señalan el Puerto. Se observa que Constitución y Alem, que se mencionan como zonas que mejoraron, también se nombran como aquellas en las que el cambio fue negativo en menor medida. Sin duda, en ambos casos ha cambiado el perfil por el traslado de lugares bailables a otras zonas.

Quienes identifican algo que había y ahora está ausente, mencionan las actividades artísticas gratuitas, puntualmente recitales, y la higiene en la ciudad. Vale destacar que hay un 12,75% que no identifica nada en este sentido. Respecto de lo nuevo y positivo, se destacan el Paseo Aldrey, las cervecerías, y la variedad gastronómica.

Lo nuevo destacado y al mismo tiempo positivo

Paseo Aldrey	18%
Cervecerías	10%
Variedad gastronómica	6%
Food truck	3%
Museo MAR	2%
Calles arregladas de la costa, señalización	2%
Colectivo de excursiones para turistas	2%
Opciones gratuitas de entretenimiento	2%
Más paseos comerciales	2%
Más locales/negocios	1%
Más opciones de teatro/entretenimiento	1%
Remodelaciones de las playas públicas de la provincia	1%



Los turistas perciben que Mar del Plata es una ciudad para ser visitada todo el año, y que está preparada para ser sede de congresos y convenciones. Más de la mitad considera que es apta para el turismo internacional.



Es preciso señalar que la consulta se hizo acerca de las razones del sí y del no, pero como los datos indican de modo contundente la respuesta positiva, se omite la transcripción de las pocas razones esgrimidas que justificarían el no.

Es muy linda ciudad/ hermosa para vacacionar todo el año/le encanta	39,38%
Siempre hay cosas para hacer/pasear	17,56%
Siempre se la pasa bien/ ciudad divertida/ muchas opciones de entretenimiento	16,17%
Ciudad familiar/ para disfrutar en familia	11,05%
Variedad para todos los gustos y edades	14,73%
Recomendaría/volvería por las playas que son muy lindas y variadas	9,92%
Porque es accesible/ hay buenas ofertas/ opciones gratuitas para los turistas	4,25%
Para recorrer y conocer más lugares de la ciudad / tiene muy lindos paisajes	2,83%
Siempre hay cosas nuevas	2,83%
Porque tiene familiares, amigos o casa en la ciudad	2,55%

Punto de corte 2%

Casi la totalidad de encuestados volvería a la ciudad, y también recomendaría a sus conocidos que la visitaran. Los motivos por los que lo harían se vinculan principalmente a la belleza de la ciudad, y en particular de sus playas, a la variedad de actividades, entretenimientos y paseos que Mar del Plata ofrece, al disfrute, a la accesibilidad de sus precios, a la variedad de ofertas para todos los gustos y edades.

CONCLUSIONES

- La provincia de Buenos Aires es la que provee el mayor caudal de visitantes; fuera de ésta se destacan, aunque con significativa diferencia, Córdoba y Santa Fe. Las ciudades de origen con más presencia son las que se observan en la imagen en la que se destacan: la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, La Plata, Rosario, Bahía Blanca.
- El mayor tiempo de permanencia. se advierte en el segmento que incluye entre 1 a 5 noches y luego en el de 6 a 10.
- El medio de transporte usado para llegar a la ciudad es principalmente el auto y luego el colectivo.
- Casi el 25% indicó que era la primera vez que venía a Mar del Plata. Quienes ya habían visitado la ciudad en otras ocasiones, lo habían hecho dentro de los últimos 3 años.
- Entre los motivos de la elección de la ciudad para sus vacaciones, se encuentran: disfrutar de la playa, el mar; porque les gusta; para conocerla, pasear; por la cercanía; para visitar a familiares, amigos; porque vienen siempre; porque tiene departamento o casa propia en la ciudad, entre otros .Sin duda disfrutar de la playa es la actividad que resulta común a casi a la totalidad de la muestra. Luego se destacan: recorrer centros comerciales y salidas a comer.
- La mayoría opta por disfrutar de la playa en los espacios públicos.
- La impresión general de la ciudad es muy positiva: la mayor concentración de opciones se da en las categorías satisfactorio y muy satisfactorio.
- La percepción de la higiene en la ciudad se distribuye básicamente entre quienes la ven limpia y entre quienes no afirman definitivamente si está limpia o sucia.
- Más allá del 61% que señala que el estado es bueno, que el 37% manifiesta que el estado de las calles es malo, muy malo o bien dicen no tener opinión formada.
- El estado de las veredas es percibido como bueno en general aunque un porcentaje menor considera que no es así.
- Respecto del tránsito, sin duda, la calificación es negativa.
- La oferta de entretenimientos, según la mayoría es amplia y también variada. Casi la mitad manifiesta que es de buena calidad y para todas las edades.
- En promedio se califica mejor la variedad que la calidad de la oferta gastronómica.
- Es amplio el porcentaje que indica que no tiene opinión formada en relación a la seguridad y, la mayoría señala, en relación a la comparación con su ciudad de origen, que es más o menos igual.

- Según los datos la mayoría llegó a la ciudad en auto o colectivo y esto se refleja el modo en que se moviliza en la ciudad: auto y a pie.
- Las calificaciones circunscriptas a diversas zonas de la ciudad reflejan que las valoraciones menores corresponden a la zona centro, tanto desde una perspectiva general como en particular en seguridad e higiene. También la valoración disminuye en las playas y en el Puerto en relación a la higiene.
- Se reconoce a Mar del Plata como una ciudad capaz de satisfacer las expectativas de los turistas.
- Un alto grado de acuerdo se obtiene en relación a la necesidad de una mayor conectividad aérea con las diversas provincias. Se destaca la necesidad de que existan vuelos al menos con una frecuencia semanal durante todo el año, para aprovechar las instalaciones que posee la ciudad.
- Los turistas perciben que Mar del Plata es una ciudad para ser visitada todo el año, y que está preparada para ser sede de congresos y convenciones. Más de la mitad considera que es apta para el turismo internacional. Para ello, coinciden en insistir en la cuestión del transporte.
- La ciudad se identifica principalmente con los Lobos y la Rambla, el Puerto y el Casino central.
- Se mencionaron como aspectos positivos las playas, el mar, los paseos costeros, los paisajes y su belleza, la oferta de entretenimientos y actividades culturales, y la variedad gastronómica. Entre los aspectos que se consideran negativos de la ciudad, se menciona el tránsito desorganizado, la falta de higiene tanto en las calles como en las playas.
- Quienes identifican algo que había y ahora está ausente, mencionan las actividades artísticas gratuitas, puntualmente recitales, y la higiene en la ciudad. Vale destacar que hay un 12,75% que no identifica nada en este sentido.
- Respecto de lo nuevo y positivo, se destacan el Paseo Aldrey, las cervecerías, y la variedad gastronómica
- Casi la totalidad de encuestados volvería a la ciudad, y también recomendaría a sus conocidos que la visitaran.